

0- 793239

На правах рукописи

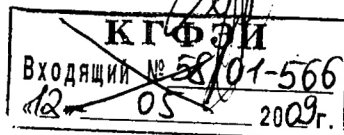
ГРУЗДЕВ ДМИТРИЙ ФЕЛИКСОВИЧ

**УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В УСЛОВИЯХ
ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ В МИРОВОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ
ПРОСТРАНСТВО**

Специальность 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством
(предпринимательство)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Великий Новгород
2009



Диссертационная работа выполнена на кафедре маркетинга и управления персоналом Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

Научный руководитель

доктор экономических наук, профессор
Омаров Магомед Магомедович

Официальные оппоненты:

доктор экономических наук
Шалмуев Арнольд Александрович
Администрация Новгородской области

кандидат экономических наук, доцент
Лебедева Галина Вячеславовна
Санкт-Петербургский государственный
университет экономики и финансов, Новго-
родский филиал

Ведущая организация:

Государственное образовательное учрежде-
ние высшего профессионального образова-
ния «Санкт-Петербургский государственный
аграрный университет»

Защита состоится 28.05. 2009 г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.168.01 при Новгородском государственном университете имени Ярослава Мудрого по адресу: 173015, Великий Новгород, ул. Псковская, 3, ауд. 112.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в библиотеке института экономики и управления Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого.

Автореферат разослан «27» апреля 2009 год:

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат экономических наук,
профессор

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000665300

М. В. Любимова

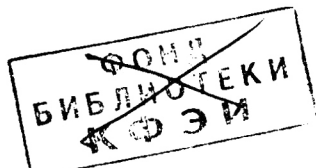
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В условиях финансового кризиса мировая экономика характеризуется снижением темпов роста объемов ВВП под воздействием таких факторов, как падение спроса на продукцию, рост безработицы, недостаток финансовых ресурсов и других. Глобализация, интернационализация, стремительное развитие информационных и инновационных технологий заставляют Российские предпринимательские структуры обеспечивать преимущества собственной продукции на нескольких конкурентных основах. Многие предпринимательские структуры достигают стратегические цели за счет изменения структуры производства, внедрения инноваций, повышения производительности труда на высокотехнологичной и конкурентоспособной основе.

Предпринимательские структуры, не способные выдержать темп и ритм современных производственных процессов уходят с рынка, а сам процесс экономического подъема страны напрямую зависит от того, в какой мере они работают над совершенствованием технологий, проводят бенчмаркинговые исследования и разрабатывают конкурентные стратегии. В условиях формирования транснационального рынка и ужесточения конкуренции важным для предпринимательских структур становится как сохранение имеющихся, так и формирование новых конкурентных преимуществ, основанных на инновациях и нововведениях. В новых условиях конкуренты стали более проворными, изощренными, агрессивными, чем раньше. Практика показывает, что конъюнктура рынка, стратегия и тактика рыночного поведения, конкурентная борьба предпринимательских структур последних лет, позволяет изменить роль России в системе разделения международного труда, сократить отставание от экономически развитых стран, кардинально изменить внешнеэкономическую деятельность страны.

Исследование конъюнктуры рынка, разработка конкурентной политики, а также формирование стратегии и тактики рыночного поведения являются важными факторами успеха рыночной деятельности предпринимательских структур наряду с факторами конъюнктурного характера. Важным стратегическим направлением обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур является их инвестиционная привлекательность. Применительно к российским условиям необходимо выделить главные конкурентные преимущества: большая емкость внутреннего рынка и значительные запасы сырья. Конкурентоспособность Российской экономики можно рассматривать как концентрированное выражение экономических, производственных, научно-технических, управленческих, организационных и других возможностей, воплощенных в товарах и услугах, которые конкурируют с аналогами на внутреннем и внешнем рынках.

В новых условиях, когда потребители на рынке стали доминирующей силой, а конкуренция не только усиливается, но и становится разнообразной, предпринимательские структуры вынуждены максимально снижать цены на товары, обеспечить высокое качество товаров и высокий уровень обслуживания



потребителей. Теперь потребители диктуют, что производить, как производить и по каким ценам продавать товар и какой сервис необходимо оказывать, чтобы удовлетворять их требования. В новых условиях быстро меняются и характеристики потребительских требований, поэтому по ряду объективных и субъективных факторов, деятельность многих предпринимательских структур оказывается неконкурентоспособной. Поэтому повышение конкурентоспособности предпринимательских структур становится задачей актуальной, имеющей практическое значение.

Степень разработанности проблемы. Среди зарубежных авторов развитию теории конкуренции, исследованию категории конкурентоспособности различных экономических объектов посвящены труды зарубежных специалистов: Р.Акоффа, И.Ансоффа, К.Боумэна, С. П. Брю, А.Вайсмана, П.Друкера, Т.Иеннера, Ф.Котлера, Ж.-Ж.Ламбена, К.Макконелла, М.Мескона, М.Портера, Д.Ритвельдта, П.Самуэльсона, А.Стрикленда, А.Томпсона, Э. Чемберлина, Г.Шрайзга, Й. Шумпетера и отечественных ученых: Азова Г.Л., Аристова О.В., Горчаковой И.Н., Игольникова Г.Л., Ларионова В. Г., Проценко О. Д., Грузинова В.П., Фатхутдинова Р.А. Шамхалова Ф. И. и др.

Проблемы эффективного функционирования и развития предпринимательских структур в конкурентной среде нашли широкое освещение в научных трудах отечественных ученых А.Н.Асаула, В.Ф. Богачева, А.В. Бусыгина, Е.А.Горбашко, А.А. Горбунова, Г.Б. Клейнера, Л.В.Кима, А.А. Крупанина, В.И. Кушлина, А.М. Немчина, М.М. Омарова, П.Д. Половинкина, В.П. Попкова, А.И. Семененко, В.В. Царева и ряда других.

При большой теоретической значимости и научном интересе к проблемам предпринимательства до настоящего времени остается немало нерешенных, дискуссионных вопросов относительно механизмов и моделей обеспечения конкурентных преимуществ предпринимательских структур в условиях формирования и развития мирового рынка.

Актуальность и практическая значимость проблемы обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур в условиях развития мирового рынка обусловили выбор цели, объекта и предмета исследования.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является разработка теоретических положений и практических рекомендаций по управлению конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях интеграции России в мировое экономическое пространство.

В соответствии с поставленной целью в работе были сформулированы следующие задачи исследования:

- изучить и обобщить теорию конкуренции и концептуальные подходы к управлению конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях развития мирового рынка;
- определить положительные стороны и проблемы формирования мирового рынка и конкурентные позиции России на современном этапе;
- выявить факторы управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в рыночной среде и стратегическая составляющая управления

конкурентоспособностью предпринимательских структур;

- провести анализ рынка товаров и услуг Великого Новгорода и дать характеристику взаимодействия конкурирующих предпринимательских структур и показатели их конкурентоспособности;

- разработать модель стратегического управления конкурентоспособностью и основные направления обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур в рыночной среде.

Предметом исследования являются управленческие отношения, теоретические и практические аспекты управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях развития мирового рынка.

Объектом исследования в соответствии с поставленной целью и определенными задачами являются предпринимательские структуры и механизм управления их конкурентоспособностью в условиях развития мирового рынка.

Теоретическая и эмпирическая база исследования. Методологической и теоретической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов по актуальным проблемам развития системы предпринимательства, методические и инструктивные материалы, монографии, материалы научных и научно-практических конференций. Исходной информацией для исследования явились статистические и отчетные материалы областного комитета статистики Новгородской области. Методической основой исследования были приняты диалектический метод познания экономических явлений и категорий, теоретические и методические положения, разработанные отечественными и зарубежными учеными в области обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур в рыночной среде.

Информационно-документальной базой исследования являются законодательные и нормативные акты, данные Росстата, собственные расчёты автора.

В ходе диссертационного исследования, в рамках системного подхода использованы монографический, сравнительный, графический, индексный, группировок, маржинальный, корреляционно-регрессионный, расчётно-конструктивный и другие методы исследования.

Научная новизна результатов исследования заключается в разработке теоретических положений, методологических подходов и практических рекомендаций по обеспечению конкурентоспособности предпринимательских структур в условиях интеграции России в мировое экономическое пространство.

Основные результаты, определяющие научную новизну настоящего диссертационного исследования и выносимые на защиту, включают:

- уточнены основные критерии, определяющие конкурентоспособность предпринимательских структур с учетом влияния сложившихся тенденций развития мирового рынка;

- определены тенденции развития мирового рынка, которые оказывают разнонаправленное воздействие на деятельность предпринимательских структур при реализации стратегии и тактики рыночного поведения и разработана классификация основных видов конкуренции;

- выявлены положительные стороны, определены проблемы развития миро-

вого рынка и основные факторы обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур в связи с ужесточением конкуренции на мировом рынке;

— предложены основные направления и этапы процесса формирования конкурентных преимуществ, а также механизм управления конкурентоспособностью предпринимательских структур на нескольких конкурентных преимуществах;

— аргументированы рекомендации по диагностике конкурентной среды на товарных рынках и разработана модель управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в рыночной среде.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования содержащихся в диссертации теоретических положений и методических рекомендаций для определения ориентиров в вопросах формирования конкурентных преимуществ предпринимательских структур в условиях развития мирового рынка. Значительная часть разделов и положений диссертации доведена до стадии, обеспечивающей возможность их непосредственного использования при обеспечении конкурентоспособности предпринимательских структур на рынке, при разработке конкретных программ развития предпринимательства. Теоретические положения работы могут быть использованы в преподавании учебных курсов «Маркетинг», «Основы предпринимательства», «Стратегический маркетинг» «Стратегия и конкурентное преимущество».

Апробация результатов исследования и публикации. Основные положения диссертации докладывались на научно-практических конференциях, нашли применение в ряде предпринимательских структур Санкт-Петербурга, отражены в 9 опубликованных работах общим объемом 2,9 п.л..

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, включающего 142 наименования.

Во введении обоснована актуальность темы диссертации; цели и задачи исследования; научная новизна полученных результатов, их теоретическая и практическая значимость.

В первой главе «Теоретико-методологические основы управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях интеграции России в мировое экономическое пространство», представлены теория конкуренции и концептуальные подходы к управлению конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях интеграции России в мировое экономическое пространство. Исследованы положительные стороны и проблемы развития мирового рынка и конкурентные позиции России на современном этапе и факторы управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях развития мирового рынка, а также разработан механизм управления конкурентоспособностью предпринимательских структур на нескольких конкурентных преимуществах

Во второй главе «Оценка состояния конкурентной среды и анализ рынка товаров и услуг Великого Новгорода» представлены диагностика конкурентной среды и анализ рынка товаров и услуг Великого Новгорода, дается характери-

стика взаимодействия конкурирующих предпринимательских структур и представлены показатели их конкурентоспособности. Автором в диссертации разработана классификация методов оценки конкурентоспособности предпринимательских структур и определены источники преимуществ глобальной конкуренции.

В третьей главе «Управление конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях интеграции России в мировое экономическое пространство» даны рекомендации по исследованию конкурентной среды и интенсивности конкуренции на рынке, выделены основные направления обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур в условиях развития мирового рынка, разработана модель управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в рыночной среде.

В заключении приводятся основные выводы и результаты исследования

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

В диссертации уточнены основные критерии, определяющие конкурентоспособность предпринимательских структур с учетом влияния сложившихся тенденций развития мирового рынка.

Современные предпринимательские структуры имеют сложную структуру, определяемую широким спектром деятельности, территориальной распределенностью многовекторными деловыми связями с партнерами. При этом возрастает динамичность бизнес процессов, вызванная меняющейся структурой и характеристикой потребительских требований, ориентацией производства товаров и услуг на индивидуальные потребности, постоянным технологическим изменениям, высокой конкуренцией.

После десятилетий процветания и эффективной работы на рынке многие предпринимательские структуры в своих стремлениях к росту и диверсификации теряют бдительность, недостаточное внимание уделяют обеспечению конкурентных преимуществ. В основе конкурентных преимуществ лежит стоимость, которая предпринимательская структура создает для своих потребителей, а конкурентоспособность товара определяется в сравнении товаров конкурентов между собой с применением следующих основных показателей: качество, цена, эксплуатационные затраты и сервисное обслуживание. В новых условиях конкуренты стали более проворными, изощренными, агрессивными, чем раньше.

В диссертации с учетом происходящих изменений в рыночной среде и в системе предпринимательства уточнены основные факторы, влияющие на конкурентоспособность предпринимательских структур. К важнейшим из них отнесены следующие факторы:

1. Имидж предпринимательские структуры в рыночной среде;
2. Концепция товара, на которой базируется деятельность предпринимательские структуры;
3. Качество товаров, уровень их соответствия мировому стандарту;
4. Уровень диверсификации производственно-хозяйственной деятельности;

5. Суммарная рыночная доля главных видов бизнеса предпринимательской структуры;

6. Мощность научно-исследовательской и конструкторской базы, характеризующей возможности по разработке новых продуктов;

7. Мощность производственной базы, характеризующей возможности перестраиваться на выпуск новых продуктов и наращивать объемы выпуска освоенных продуктов;

8. Стабильность финансово-экономического положения (финансы как собственные, так и привлеченные со стороны);

9. Рыночная цена товара с учетом возможных скидок и наценок;

10. Частота и глубина проводимых маркетинговых исследований;

11. Предпродажная подготовка, которая свидетельствует о способности организаций привлекать и удерживать потребителя за счет более глубокого удовлетворения их потребностей

С учётом влияния указанных факторов целесообразно сформулировать три переменные, определяющих успех в конкурентной борьбе предпринимательской структуры (табл. 1).

Таблица 1. Переменные успеха предпринимательских структур в конкурентной борьбе

Варианты предпринимательских структур	A	B	C
Направления оценки (общая оценка, баллы):	23	15	10
– информированность покупателя	5	3	2
– качество продукта	5	3	2
– доступность товаров	5	3	2
– сервисное обслуживание	4	3	2
– торговый персонал	4	3	2
Переменные успеха:			
– доля рынка	50	30	20
– доля «разума»	50	30	20
– доля «сердца»	45	33	22

Доля «разума» (предприятие-конкурент, которое первым вспоминает потребитель) определяется информированностью покупателя, качеством продуктов и доступностью товаров; доля «сердца» (предприятие-конкурент, товар которого первым вспоминает потребитель) – торговым персоналом и сервисным обслуживанием. Направления оценки осуществляются по 5-балльной шкале. Высокие доли «разума» и «сердца» приводят к лидирующей позиции на рынке.

В диссертации определены тенденции развития мирового рынка, которые оказывают разнонаправленное воздействие на деятельность предпринимательских структур при реализации стратегии и тактики рыночного поведения и разработана классификация основных видов конкуренции.

Проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что базовые теоретические моменты, которые были сформулированы отечественными и западными экономистами заключаются в следующем:

- конкуренция определена как состязательная способность субъектов конкурентных отношений;
- выявлены четыре основных типа конкуренции, их структура (модели конкуренции: монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, чистая конкуренция);
- исследованы основные методы ведения конкурентной борьбы (ценовые и неценовые);
- определены движущие силы конкуренции (пять сил конкуренции);
- главная роль конкуренции заключается в том, что она способствует прогрессу развития экономики - нововведения вытесняют с рынка устаревшие технологии.

Обобщение результатов научных трудов дают основание утверждать, что конкуренция, в случае, когда ее субъект – предпринимательская структура обладает следующими определяющими признаками:

1) является экономическим процессом борьбы предпринимательских структур за ограниченный платежеспособный спрос потребителей;

2) проявляет себя в системе воспроизводства технических и экономических параметров продукции на всех стадиях ее проектирования, изготовления, предпродажного и послепродажного обслуживания и потребления;

3) конкуренция существует в многообразных формах (виды конкуренции);

4) конкуренция является системообразующей составляющей рыночных отношений, определяя всю совокупность присущих им элементов (формирование цены, издержки производства, адаптивность предприятий и организаций к требованиям рынка, удовлетворение потребности в товарах и услугах и пр.);

5) конкуренция служит фундаментом рыночных методов ведения хозяйства, экономического закона, выражающего объективность категорий конкуренции (состязательности) между субъектами рынка, влияет на характер и формы взаимоотношений между ними, обуславливает проблемы федерального и регионального уровней;

6) рычагом и средством рыночной конкуренции предприятий выступает их конкурентоспособность.

Таким образом, конкуренция проявляет себя в адаптивности предпринимательских структур к требованиям рынка в различных аспектах, а также влияет на характер взаимоотношений между субъектами рынка.

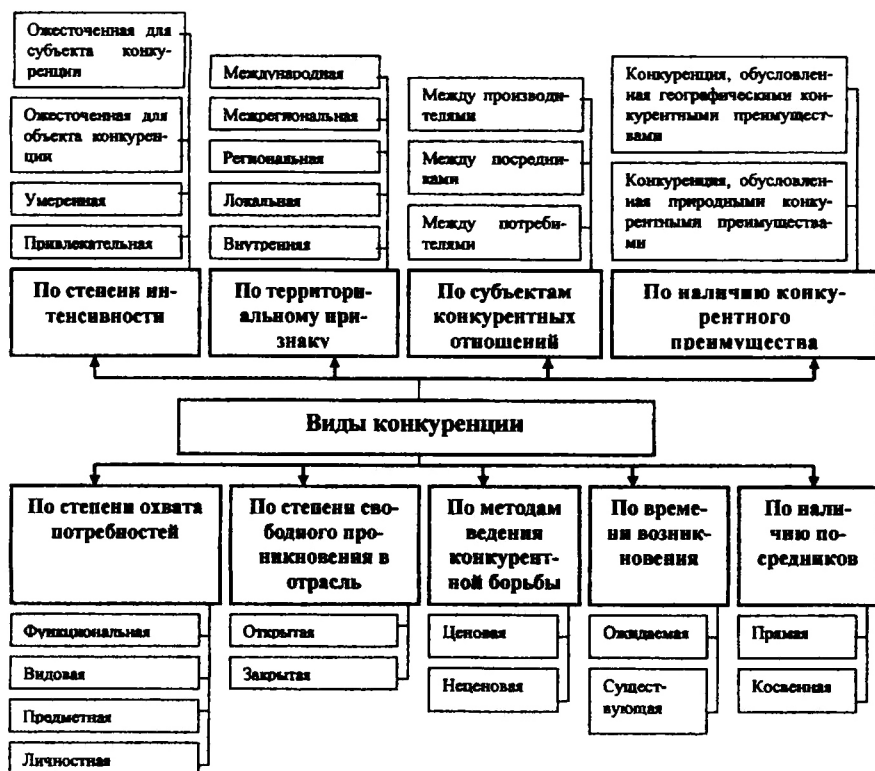


Рисунок 1 - Классификация основных видов конкуренции предпринимательских структур в условиях развития мирового рынка

Исследования показали, что формирование мирового рынка в конце XX начале XXI веков, ускорение процесса развития мировой экономики, прогрессирующая глобализация ставит качественно новые задачи перед участниками мирового рынка, является новым этапом в интеграции экономики мирового хозяйства.

В связи с формированием и развитием мирового рынка сформировались следующие новые направления:

- международная торговля различными товарами и услугами;
- международная торговля различными технологиями;
- международная торговля интеллектуальной собственностью;
- международное перемещение факторов производства: рабочей силы, капитала, информации и других;
- финансово-кредитные и валютные операции на международных рынках.

Росту и эффективному взаимодействию предпринимательских структур на международном рынке способствовали снижение транспортных и коммуникационных затрат, создание условий для беспрепятственного продвижения потока товаров, услуг, капитала, знаний.

В новых условиях информационные технологии, экономика знаний и информация различного характера являются главными источниками роста производительности и конкурентоспособности предпринимательских структур.

Представленная на рисунке 1 классификация основных видов конкуренции предпринимательских структур в условиях глобализации и развития мирового рынка имеет в своей основе 9 классификационных признаков: степень интенсивности, территориальность, субъекты конкурентных отношений, Наличие конкурентного преимущества, степень охвата потребностей, степень свободного проникновения в отрасль, методы ведения конкурентной борьбы, время возникновения и наличие посредников. Данная классификация, на наш взгляд, является наиболее полной среди существующих в теории и обеспечивает конкурентные преимущества предпринимательских структур на множестве конкурентных основ.

Обобщение научных трудов отечественных и зарубежных ученых показало, что процесс формирования международного рынка охватывает разные сферы экономики:

- производственные, научно-технические, технологически связи;
- инжиниринговое и информационное сотрудничество;
- формирование предпринимательских, бенчмаркинговых сетей на международных рынках.

Исследования показали что, в мировой торговле и в межкорпоративных трансфертах наблюдаются следующие тенденции:

- интернационализация производства в создании конечного продукта в разных странах, формах и на стадиях с участием производителей многих предпринимательских структур мира;
- наблюдается рост доли промежуточных товаров и полуфабрикатов;
- наблюдается движение капитала между странами, прежде всего, в виде прямых инвестиций, интернационализации фондового рынка;
- международная специализация и кооперация, связывающих хозяйства через производственное сотрудничество, международное перемещение производственных ресурсов;
- формирование мировой глобальной материальной, информационной, организационно-экономической инфраструктуры, обеспечивающей осуществление международного сотрудничества;
- возрастание масштабов и качественного изменения характера традиционной международной торговли овеществленными товарами;
- увеличение масштабов международной миграции рабочей силы.

В новых условиях важным направлением международного сотрудничества становится сфера услуг, которая развивается быстрее сферы материального производства.

Определены положительные стороны, проблемы и основные факторы обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур в связи с ужесточением конкуренции на мировом рынке.

Обобщение научных исследований зарубежных ученых показали, что в качестве положительных сторон формирования мирового рынка необходимо отметить:

1. Формирование мирового рынка способствует углублению специализации и международному разделению труда, более эффективно распределяются средства и ресурсы по различным регионам.

2 Преимуществом деятельности предпринимательских структур на международных рынках является экономия на масштабах производства, что приводит к сокращению издержек и снижению цен на единицу товара и услуги.

3. Преимущества формирования мирового рынка связаны также с дополнительным объемом реализации товара и услуг, а также дополнительной финансовой выручке от свободной торговли.

4. Предпринимательская деятельность на международном рынке за счет ужесточающейся конкуренции стимулирует дальнейшее развитие новых технологий, видов товаров и услуг, а также и распространение их среди стран.

5. В условиях международного рынка темпы роста прямых инвестиций намного превосходят темпы роста мировой торговли, что является важнейшим фактором.

6. Преимущества развития мирового рынка определяются и экономическими выгодами, от использования передового научно-технического, технологического и квалификационного уровня зарубежных стран. В этих случаях внедрение новых решений происходит в краткие сроки и при относительно меньших затратах.

7. На мировом рынке развивается конкуренция в новых конкурентных областях, в результате которого складывается более жесткое соперничество на традиционных рынках.

8. Участие в международном рынке может привести к повышению на внутренних и мировом рынках производительности труда за счет роста объема реализации и рационализации производства на мировом уровне.

9. Дает возможность концентрировать значительный объем финансовых ресурсов на стратегических сегментах мирового рынка, использовать более широкий финансовый инструментарий на возросшем количестве рынков.

В современных рыночных условиях любое предприятие с помощью своих потенциальных возможностей должно стремиться, с одной стороны, к улучшению результатов своей хозяйственной деятельности, а с другой - к максимальному удовлетворению требований рынка.

Поэтому представляется естественным определять конкурентоспособность предприятия следующими тремя основными факторами: потенциальными возможностями предприятия, степенью удовлетворения требований рынка конкурентоспособной продукцией и результатами его хозяйственной деятельности.



Рисунок 2 – Основные факторы обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур

Высокие уровни каждого из факторов являются гарантией высокой конкурентоспособности предпринимательской структуры в целом.

В диссертации предложены основные направления и этапы процесса формирования конкурентных преимуществ, а также механизм управления конкурентоспособностью предпринимательских структур на нескольких конкурентных преимуществах.

Наибольшие преимущества от участия в глобализации имеют промышленно развитые страны, получающие возможность снижать издержки производства и сосредоточиваться на выпуске наиболее доходной наукоемкой продукции, перебрасывать трудоемкие и технологически грязные производства в развивающиеся страны. Но и промышленно развитые страны могут пострадать от процессов глобализации, которые, если с ними не совладать, увеличат безработицу, усилят нестабильность финансовых рынков.

Последовательность реализации стратегии обеспечения конкурентоспособности состоит из следующих этапов:

1. Установление целевой ориентации системы и рамок ее функционирования.
2. Формирование и анализ системы факторов, влияющих на конкурентоспособность и стоимость предприятия.
3. Определение и декомпозиция по уровням управления (стратегическому, тактическому и оперативному) конкретных целей, объектов и критериев функционирования системы.
4. Разработка системы базовых показателей, определяющих эффективность функционирования системы по каждому объекту и уровню управления.
5. Формирование состава задач системы.
6. Разработка функциональной структуры системы.
7. Установление алгоритмов и организационных регламентов формирования управленческих воздействий и перераспределения ресурсов при изменении показателей деятельности системы.
8. Разработка информационной схемы взаимодействия подсистем стратегии обеспечения конкурентоспособности.

Предложенный в диссертации механизм управления конкурентоспособностью предпринимательских структур на множестве конкурентных преимуществ состоит из трех основных этапов. На первом этапе выбирается объект управления конкурентоспособностью и производится оценка его конкурентных позиций и преимуществ. На втором этапе осуществляется постановка проблемы управления и разрабатывается программа, нацеленная на ее решение. На третьем этапе осуществляется выбор маркетингового инструмента управления конкурентоспособностью по системе «4Р» и реализуется сама маркетинговая программа обеспечения конкурентоспособности предпринимательской структуры.

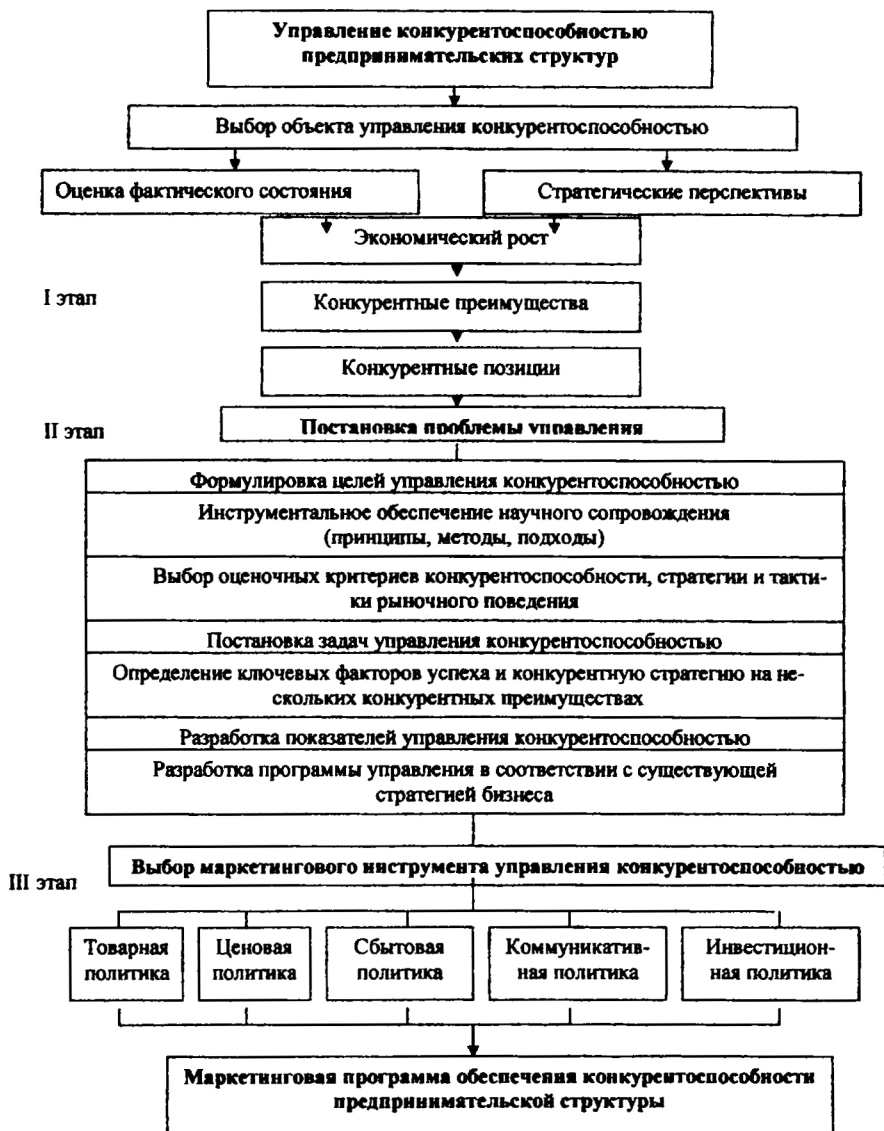


Рисунок 3 -Механизм управления конкурентоспособностью предпринимательских структур на множестве конкурентных преимуществ

Исследование методических подходов к определению внутренних факторов позволило диссертанту сделать вывод, что наиболее полно отражающими

конкурентоспособность предприятия являются те, которые основаны на детализации определенных его функций (производство, сбыт, маркетинг, управление, финансы и т.д.), а также представлены системой показателей.

В связи с этим такие подходы имеют универсальный характер и применимы к предприятиям любых отраслей:

- 1) цена товара с возможной наценкой;
- 2) финансы - как собственные, так и заемные;
- 3) торговля с точки зрения коммерческих методов и средств деятельности;
- 4) послепродажное обслуживание, обеспечивающее предприятию постоянную клиентуру;
- 5) внешняя торговля предприятия, позволяющая ему позитивно управлять отношениями с властями, прессой, общественным мнением;
- 6) предпродажная подготовка, которая свидетельствует о его способности не только предвидеть запросы будущих потребителей, но и убедить их в исключительных возможностях предприятия удовлетворить эти потребности

Применительно к определенным отраслям состав и степень влияния факторов на конкурентоспособность предприятия может меняться, это обуславливается особенностями отрасли и сложившейся рыночной ситуацией. В реальных рыночных условиях состав и значимость факторов не остаются постоянными в долговременном периоде.

С точки зрения управления конкурентоспособностью исследователь подразделяет факторы конкурентоспособности предприятия на управляемые и неуправляемые. К управляемым отнесены те, которые поддаются воздействию со стороны предприятия (внутренние факторы), неуправляемые (внешние) влияют на управляемые факторы и тем самым на конкурентоспособность предприятия.

В современных условиях целевая установка на повышение конкурентоспособности предприятия является приоритетной задачей. Выделение факторов конкурентоспособности - базовый момент в определении и желаемого уровня конкурентоспособности практически невозможно.

Процесс формирования стоимости наглядно показывает, из чего складывается стоимость; она состоит из видов деятельности по формированию стоимости и прибыли или наценки. Виды производственно-сбытовой деятельности предпринимательских структур, которые непосредственно создают стоимость, являются различными с физической и технологической точек зрения. Наценка, от которой происходит прибыль, представляет собой разницу между общей стоимостью, ценой продукта и суммированными издержками на выполнение операций по формированию стоимости.

Деятельность по формированию стоимости делится на два основных типа: основные и вспомогательные виды деятельности. Основные виды деятельности, которые имеют непосредственное отношение к физическому созданию продукта, продажам и движению продукта по направлению к покупателю, а также к обслуживанию и технической поддержке товаров после приобретения. Основные виды

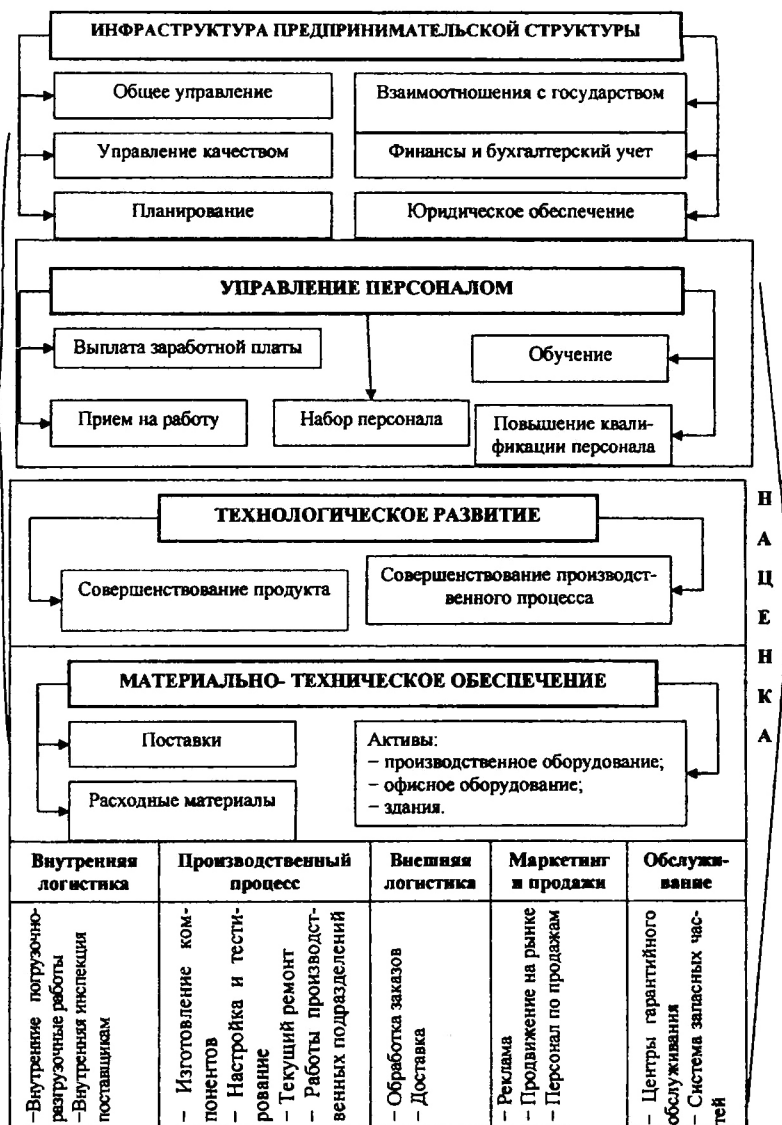


Рисунок 4 - Основные направления и этапы процесса формирования конкурентных преимуществ предпринимательских структур в рыночной среде

деятельности любой фирмы распадаются на пять широких категорий категорий изображены на рис. 4.

Вспомогательные виды деятельности направлены на поддержку основных видов деятельности. К вспомогательным видам деятельности относятся закупки и поставки, технологии, человеческие ресурсы и другие различные функции, охватывающие предприятие в целом.

Закупки, технологическое развитие и управление человеческими ресурсами может быть связано с конкретными видами основной деятельности, а может поддерживать весь процесс формирования стоимости в целом. Инфраструктура фирмы связана не столько с какими-либо основными видами деятельности, сколько поддерживает весь процесс.

В диссертации аргументированы рекомендации по диагностике конкурентной среды на товарных рынках и разработана модель управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в рыночной среде.

В предложенной в диссертации модели управления конкурентоспособностью предпринимательской структуры цикл действий управляющей подсистемы состоит из следующих этапов:

1. Мониторинг конъюнктуры товарного рынка.
2. Определение факторов конкурентоспособности и их ранжирование в соответствии со сложившейся ситуацией на рынке.
3. Оценка и анализ конкурентоспособности предпринимательской структуры.
4. Формирование потребности и развитие идеи конкурентоспособности.
5. Работа по направлениям: снижение себестоимости продукции, дифференциация продукции, сегментирование рынка, инновации, оперативное реагирование на потребности рынка.
6. Выделение ключевых преимуществ предпринимательской структуры.
8. Расчет прогнозного уровня конкурентоспособности предпринимательской структуры.
9. Разработка стратегии управления конкурентоспособностью предпринимательской структуры.
10. Реализация выработанной стратегии.
11. Фиксирование рейтинга и состояния факторов конкурентоспособности;
12. Возврат к пункту 1.

Авторская модель управления конкурентоспособностью предпринимательских структур больше имеет рыночную направленность. Так, на 1 этапе руководитель получает маркетинговую информацию о требованиях внешней среды предприятия и потребителей, таким образом, учитывается ориентация на потребителей. На 2-8 этапах вопросы конкурентоспособности, ее оценки, анализа, прогнозирования и разработки стратегий являются центральными аспектами маркетинга, так как на их основе разрабатывается маркетинговая политика предпринимательской структуры.

Данная модель представлена в укрупненном виде и носит принципиальный характер для оценки и прогнозирования уровня конкурентоспособности. Необходим выбор приоритетов и выработка стратегии, в наибольшей степени соответст-

вующей тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим способом использующей сильные стороны деятельности предпринимательской структуры

Проведенная в диссертации диагностика конкурентной среды на товарных рынках на примере рынка хлебобулочных изделий, молока и молочных изделий позволила определить уровень концентрации на товарном рынке, а так же предприятия, занимающие лидирующее положение по производству продукции. Результаты анализа позволили сделать выводы о развитости или неразвитости конкуренции на товарном рынке, а также внести рекомендации о целесообразности и формах воздействия антимонопольных органов на изменение ситуации.

Диагностика конкурентной среды на товарных рынках в диссертации рекомендовано провести по следующим этапам:

1. Определение продуктовых границ товарного рынка;
2. Определение количества и состава продавцов и покупателей;
3. Обоснование географических границ товарного рынка;
4. Расчет объема товарного ресурса рынка;
5. Расчет долей предпринимательских структур на товарном рынке;
6. Расчет количественных показателей структуры товарного рынка (индекс рыночной концентрации, индекс Герфиндаля-Гиршмана, индекс Линда);
7. Определение барьеров входа предпринимательских структур на товарный рынок;
8. Расчет рыночного потенциала предпринимательских структур.

Расчет объема товарного рынка произведен с помощью показателя – объем производства.

$$Vm = Vp + Vim - Vex, \quad (2)$$

где Vm – общий объем реализации (поставки) товара;

Vp – объем производства товара местными товаропроизводителями;

Vim – объем ввоза на территорию изучаемого рынка;

Vex – объем вывоза за пределы изучаемого рынка.

Так, например, для рынка молока и молочных изделий $Vm = (6650-610) + 3331-3040 = 6331$ тонн.

Коэффициент рыночной концентрации (CR) рассчитан по формуле.

$$CR = (V1 + V2 + \dots + Vn) / Vm, \quad (3)$$

где $V1+V2+\dots+Vn$ – объем реализации товара.

При $45\% < CR < 70\%$

В результате расчетов определен рынок II типа – умеренно концентрированный.

Коэффициент Герфиндаля – Гиршмана рассчитан по формуле:

$$HHI = D_1^2 + D_2^2 + \dots + D_i^2 \quad (4)$$

$HHI = 10,89 + 3,24 + 1,96 + 0,64 + 0,49 + 0,12 + 0,09 + 0,09 + 0,09 + 0,06 + 0,04 + 0,02 + 0,02 = 17,76$

Таблица 2- Расчет коэффициента рыночной концентрации предпринимательских структур на рынке молока и молочных изделий

Показатель	CR-3
Объем реализации трех крупнейших продавцов, тонн	4114,5
Общий объем реализации товара, тонн	6331
Коэффициент концентрации, %	65

Индекс Линда определяет степень неравенства между лидирующими на рынке продавцами товара.

$$L = \frac{1}{K(K-1)} \times \sum_{i=1}^K Q_i \quad (5)$$

K- число крупных продавцов (от 2 до N);

Q_i – отношение между средней долей рынка i продавцов и долей K – i продавцов;

i – число ведущих продавцов среди K крупных продавцов.

Таблица 3 – Расчет рыночной концентрации Герфиндаля – Гиршмана

№	Перечень продавцов товара на рынке	Объем реализации (поставки) товара каждым продавцом (V _i), тонн	Доля хозяйствующего субъекта – продавца на рассматриваемом товарном рынке D _i = V _i / V _m , %	Квадраты долей
1	ЗАО «Лактис»	2088,9	33	10,89
2	ОАО «Лужский молочный комбинат»	1139,4	18	3,24
3	ООО «Демянский молочный завод»	886,2	14	1,96
4	ОАО «Санкт-Петербургский молочный комбинат №1 «Петмол»	506,4	8	0,64
5	ОАО «Вимм-Билль-Данн»	443,1	7	0,49
6	ЗАО «Савино»	221,55	3,5	0,12
7	ЗАО «Колос»	189,9	3	0,09
8	ОАО «Ермолинское»	189,9	3	0,09
9	Сельхозкооператив «Ильмень»	189,9	3	0,09
10	ЗАО «Трубино»	158,25	2,5	0,06
11	ЗАО «Пригородное»	126,6	2	0,04
12	МУП «Вязищи»	94,95	1,5	0,02
13	Сельхозкооператив «Искра»	94,95	1,5	0,02

$$Q_i = \frac{A_i}{i} : \frac{A_k - A_i}{K - i} \quad (6)$$

A_i – общая доля рынка, приходящаяся на i продавцов.

A_k – доля рынка, приходящаяся на K крупных продавцов.

Индекс Линда рассчитан нами для определения границ олигополии на рынке. Рассчитывается L для $K = 2, K=3$ и так далее до тех пор, пока $L_{k+1} > L_k$.

Граница считается установленной при достижении значения L_k минимального значения по сравнению с L_{k+1} .

$$k = 2, i = 1$$

$$Q_1 = \frac{33}{1} : \frac{(33+18) - 33}{2-1} = 1,83$$

$$L_2 = \frac{1}{2(2-1)} \times 1,83 = 0,91$$

$$k = 3, i = 1$$

$$Q_1 = \frac{33}{1} : \frac{(33+18+14) - 33}{3-1} = 2,06$$

$$k = 3, i = 2$$

$$Q_2 = \frac{(33+18)}{2} : \frac{(33+18+14) - (33+18)}{3-2} = 1,82$$

и т.д. до $k = 5$

$$L_2 = 0,91$$

$$L_3 = 0,64$$

$$L_4 = 0,0005$$

$$L_5 = 1,125$$

Нарушение непрерывности произошло при $k = 4$. Таким образом, олигополию образуют первые 3 предприятия (олигополия – «жесткая»).

Рынок хлебобулочных изделий представляет собой - высококонцентрированный рынок, с неразвитой конкуренцией. Данный рынок является олигополистическим, и положение лидирующих на нем участников не равны. Наибольший рыночный потенциал у ОАО «Новгородхлеб», который составляет 74,41% объема производства. Рыночный потенциал ОАО «Новгородхлеб» позволяет оказывать решающее влияние на общие условия обращения хлебобулочных изделий на соответствующем хлебобулочном рынке и затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам. Рыночный потенциал хозяйствующего субъекта связан с наличием его доминирующего положения на рынке.

Рынок молока Новгородской области это рынок с развитой конкуренцией, так же, является умеренно концентрированным. Для его дальнейшего развития необходимо:

- пресечение недобросовестной конкуренции;
- контролировать деятельность хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке долю более 35%.
- при необходимости - превентивные меры;
- наблюдать за динамикой показателей концентрации. При усилении процесса концентрации необходима разработка мер по развитию конкуренции;

Таблица 4 - Сводная таблица оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке

Наименование показателя	Ед. изм.	Критерии оценки значений показателя	Характеристика типа рыночной структуры			Оценка состояния конкурентной среды	
			Высококонцентрированный рынок	Умеренно концентрированный рынок	Низкоконцентрированный рынок	Неразвитая конкуренция	Развитая конкуренция
1. Численность хозяйствующих субъектов, действующих на данном товарном рынке (N)	шт.	13 предприятий на рынке молока 13 предприятий на хлебобулочном рынке	Показатель не позволяет судить о конкуренции на данном рынке, за исключением случаев, когда количество действующих на рынке хозяйствующих субъектов очень мало Высококонцентрированный рынок, с неразвитой конкуренцией.				
2. Доли поставок товара каждым продавцом в общем объеме товарного ресурса рынка (D _i)	%	Разрыв между значениями D _i	*				
		- распределение D _i неравномерное	+	*		+	*
		- распределение D _i равномерное					
3. Коэффициент рыночной концентрации (CR)	%	70% < CR < 100%	+			+	
		45% < CR < 70%		*			*
		CR < 45%					
4. Индекс Герфиндала-Гиршмана (HHI)		2000 < H < 10 000	+			+	
		1000 < H < 2 000					
		H < 1 000			*		*
5. Барьеры "входа" на рынок:		Степень преодолимости					
		в течение 2 лет (преодолимый)					
		в течение более продолжительного периода (непреодолимый)					
		- ограничения по спросу;	+	*			
		- экономические и организационные ограничения	+	*			
- барьеры, основанные на абсолютном превосходстве в уровне затрат				+	*		
- стратегия поведения действующих на рынке хозяйствующих субъектов				+	*		
6. Открытость рынка		слабая включенность рынков в межрегиональный (международный) обмен					

+ - рынок хлебобулочных изделий

* - рынок молока и молочных изделий

- действия, направленные на ограничение рыночного потенциала хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках;
- государственная поддержка предприятий пострадавших от недобросовестной конкуренции;
- слияние хозяйствующих субъектов и создание объединений юридических лиц допускается, но при условии, что рыночный потенциал не увеличится.

Основные положения диссертации опубликованы в следующих работах:

Публикации в изданиях, рекомендуемых ВАК России:

1. Груздев Д.Ф. Модель стратегического управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях быстро меняющейся конъюнктуры рынка // Российское предпринимательство. – 2009 - №2. – с. 40-43
2. Груздев Д. Ф. Современные концепции прямых иностранных инвестиций // Российское предпринимательство. – 2008 - №9. – с. 88-92

Публикации в других изданиях

3. Груздев Д.Ф., Веткина А.В. Инновационные подходы к привлечению иностранных инвестиций в Новгородской области // Становление и развитие современной инновационной экономики России. Материалы всероссийской научной конференции с международным участием 21 – 22 апреля 2008 / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2008. С 16 – 17
4. Груздев Д.Ф., Веткина А.В. Роль базовых прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в современной экономике// Становление и развитие современной инновационной экономики России. Материалы всероссийской научной конференции с международным участием 21 – 22 апреля 2008 / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2008. С 46-47.
5. Груздев Д. Ф., Красулин О. И. Содержание стратегических действий предпринимательской структуры по формированию конкурентных преимуществ // Организационно-экономические проблемы развития предпринимательских структур в конкурентной среде. Сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава и аспирантов / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2008 С. 45 – 49.
6. Груздев Д. Ф., Веткина А. В. Оценка конкурентоспособной предпринимательской стратегии // Организационно-экономические проблемы развития предпринимательских структур в конкурентной среде. Сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава и аспирантов / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2008 С. 31 – 34
7. Груздев Д. Ф. Экономическая сущность и содержание конкурентоспособности предпринимательской структуры // Организационно-экономические проблемы развития предпринимательских структур в конкурентной среде. Сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава и аспирантов / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2008. С. 37 – 40.
8. Груздев Д. Ф., И.С. Варданян. Стратегические аспекты формирования кон-

102

курентных преимуществ предпринимательских структур Организационно-экономические проблемы развития предпринимательских структур в конкурентной среде. Сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава и аспирантов / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2008. С 40 - 43

9. Груздев Д.Ф., Веткина А.В. Факторы, определяющие прямые иностранные инвестиции в условиях глобализации // Юбилейный экономический вестник / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2007. С. 76 – 78.

ГРУЗДЕВ ДМИТРИЙ ФЕЛИКСОВИЧ

АВТОРЕФЕРАТ

1,35

стр

го.